

KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI VIRTUAL MELALUI INSTAGRAM

**(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2015
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh :

VADELIYA SETIYO SAPUTRI

L100150032

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI VIRTUAL MELALUI INSTAGRAM (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta)

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

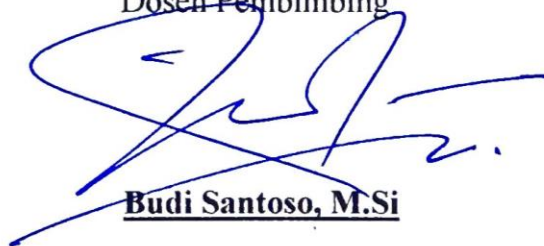


VADELIYA SETIYO SAPUTRI

L100150032

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Budi Santoso, M.Si

NIK.1276

HALAMAN PENGESAHAN

KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI VIRTUAL MELALUI INSTAGRAM (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta)

OLEH

VADELIYA SETIYO SAPUTRI

L100150032

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jum'at, 25 September 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Budi Santoso, M.Si.

(Ketua Dewan Penguji)

(.....)

2. Rina Sari Kusuma, M.I.Kom

(Anggota I Dewan Penguji)

(.....)

3. Ratri Kusumaningtyas, M.Si

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)



Dekan,

Nurgiyana, ST., M.Sc., Ph.D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 25 September 2020

Penulis



VADELIYA SETIYO SAPUTRI

L100150032

KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI VIRTUAL MELALUI INSTAGRAM

(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Abstrak

Media sosial memungkinkan para penggunanya untuk menggunakan identitas yang diinginkan. Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui identitas diri seperti apa yang ingin dibangun/dikonstruksikan oleh Mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam mempresentasikan dirinya di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik Teknik pengumpulan data triangulasi yakni teknik studi dokumentasi, pengamatan atau observasi online, dan wawancara mendalam. Narasumber yang diteliti sebanyak 4 orang mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2015 yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa identitas virtual yang dibangun didalam media sosial Instagram bisa sama dan bisa berbeda dengan realitanya seperti Ikha menjadi seorang fotografer, Julia sebagai seorang yang produktif di usia muda dan sedang merintis karir di bidang politik, dan Lia sebagai seorang traveller. Tiga dari empat narasumber yang diteliti disini, memiliki belakang panggung yang kurang lebih sama dengan panggung depan yakni di Instagram, dimana mereka menampilkan impian mereka yang sesuai dengan realita. Adapun satu diantaranya memiliki sedikit perbedaan yaitu impiannya menjadi seorang selebgram yang belum terwujud atau tidak sesuai kenyataan.

Kata Kunci : Identitas Virtual, Konstruksi Identitas, Media Sosial

Abstract

Identity is very important for every person in live. The purpose of this research is to find out what kind of self-identity that the students of Communication Science Faculty, Muhammadiyah University of Surakarta of 2015 want to build / construct in presenting themselves on Instagram social media. This research uses descriptive qualitative research methods with triangulation data collection techniques, by documentation study techniques, online observations, and in-depth interviews. Resource persons studied were 4 female students majoring in Communication Sciences, Muhammadiyah University of Surakarta, class of 2015, who were actively using Instagram social media. The results of this study is that the virtual identity that is built in social media Instagram is in accordance with their dreams such as Ikha becoming a photographer, Julia as an productive person at a young age and pioneering a career in politics, and Lia as a traveler. Three of the all informants, have a backstage that is the same as the front stage on Instagram, where they present their dreams in accordance with reality. And one of them has a little difference that is her dream to be an Instagram celebrity who has not been realized yet and does not match with reality.

Keywords : Virtual Identity, Construction of Identity, Social Media

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Identitas merupakan hal penting yang dimiliki setiap individu (Zhao, Grasmuck, Martin, 2008). Menurut Stella Ting Toomey, identitas dapat diartikan sebagai refleksi dari diri sendiri atau cerminan diri yang berasal dari keluarga, etnis, budaya, gender, dan proses sosialisasi serta bagaimana persepsi orang lain pada diri kita sendiri. Identitas diri itu sendiri bisa berupa atribut fisik, tujuan, keyakinan yang dipercaya, moral maupun gaya sosial dalam kehidupan.

Identitas virtual merupakan konsep diri yang ada diantara identitas di real life atau kehidupan nyata dengan identitas diri yang ada di dalam media sosial. Media sosial memungkinkan para penggunanya untuk menggunakan identitas yang diinginkan (Piliang, Yasraf Amir, 2014). Setiap pengguna media sosial bebas melakukan konstruksi diri, bebas menentukan identitas apa yang ingin digunakan apakah identitas asli yang ada di kehidupan nyata atau membangun sebuah identitas baru sesuai yang diinginkan. Seorang individu dapat melakukan pengelolaan kesan apabila merasa kurang puas dengan identitas yang dipresentasikan saat ini (Argyle 1994 dalam Mulyana 2006).

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini menarik untuk diteliti karena seorang individu dapat dengan bebas membentuk identitas barunya secara virtual di media sosial apabila ia tidak puas dengan identitas yang sudah ia miliki di kehidupan nyata/real life. Selain itu, salah satu tugas penting yang dimiliki oleh remaja ialah bagaimana ia menyelesaikan krisis identitas supaya terbentuk identitas diri yang relatif stabil pada fase akhir remaja (Erikson dalam Desmita, 2008). Sehingga, remaja yang berhasil menemukan identitas yang stabil pada fase remaja akhir akan dapat menemukan pandangan yang jelas tentang siapa dirinya serta dapat memahami perbedaan dan persamaan dirinya dengan orang lain, menemukan kelebihan dan kekurangan dirinya, memiliki sikap yang percaya diri, tanggap dalam menghadapi berbagai situasi, dapat mengambil keputusan penting, serta memahami perannya dalam hidup bermasyarakat.

Instagram merupakan suatu aplikasi yang rilis pada tanggal 6 bulan Oktober 2010 (PU Appotography, 2011). Instagram ialah aplikasi berbagi foto, mengedit, memberikan filter dan efek pada foto agar terlihat lebih menarik sehingga mendapat perhatian lebih dari orang lain yang melihatnya. Dalam aplikasi ini, individu dapat

membangun identitasnya secara online melalui profile picture, postingan foto maupun video, serta caption yang ditulis pada setiap foto.

Menurut NapoleonCat yang merupakan salah satu perusahaan yang menganalisis Sosial di Warsawa, Polandia, jumlah pengguna Instagram yang aktif di negara Indonesia mencapai 61.610.000 terhitung perbulannya hingga November 2019. Jumlah pengguna aktif Instagram tersebut di Indonesia juga didominasi oleh gender perempuan sebanyak 50,8 persen. Pengguna juga didominasi oleh usia 18-24 tahun sebanyak 37,3 persen.

Menurut Van Dijk, Media sosial ialah sebuah wadah atau tempat yang ada di internet, dimana para penggunanya dapat mempresentasikan diri masing-masing, maupun berinteraksi, berbagi moment, serta berinteraksi serta berkomunikasi dengan pengguna lainnya sehingga muncul ikatan virtual (Nasrullah, Rulli, 2016). Para pengguna media sosial juga menggunakan media sosial sebagai tempat agar mendapat perhatian dari pengguna lain mengenai eksistensi diri mereka masing-masing yang dikonstruksikan melalui akun media sosial yang mereka miliki (Herring dan Kapidzic dalam Patria 2017).

Didalam penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Krisnadi Yudha Patria berjudul Manajemen Kesan Dalam Media Sosial, dijelaskan bahwa para informan mempunyai strategi masing-masing dalam mempresentasikan dirinya melalui akun media sosial Path. Adapun strategi yang paling banyak digunakan oleh para informannya yakni ialah ingratiation yakni strategi yang memiliki tujuan agar mendapatkan kesan yang baik di mata pengguna lainnya. Penggunaan strategi ingratiation dilihat dari para informan yang memperlihatkan dirinya dalam media sosial path sebagai seorang yang memiliki bentuk fisik sempurna dengan memposting foto selfie, lalu memperlihatkan bahwa ia seorang yang memiliki relasi yang baik dengan foto bersama teman-temannya, dan juga sebagai seorang yang berstatus sosial tinggi dengan foto saat sedang makan dengan teman-teman di sebuah restoran mahal atau di tempat-tempat yang mempunyai standar kelas atas.

Penelitian tersebut memiliki batasan dalam meneliti presentasi diri para informan yakni hanya pada bagian panggung depan/front stage yaitu hanya dari media sosial Path yang dimiliki. Hal ini menarik perhatian peneliti untuk meneliti lebih lanjut mengenai presentasi diri baik didepan/front stage maupun dibelakang/back stage. Selain itu

peneliti juga memilih media sosial selain path, yakni Instagram karena fitur yang digunakan pada media sosial path dan Instagram juga berbeda agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih bervariasi.

1.2 Tujuan Penelitian

1.2.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui identitas diri seperti apa yang ingin dibangun/dikonstruksikan oleh Mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam mempresentasikan dirinya di media sosial Instagram. Fokus penelitian ini adalah mengenai identitas diri yang dibangun oleh mereka apakah sama antara identitas virtual yang dibangun melalui instagram/frontstage, dan juga identitas real yang dimiliki/backstage.

1.2.2 Rumusan Masalah

Identitas seperti apa yang ingin dibangun/dikonstruksikan oleh Mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta di Instagram?

1.3 Teori

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan ialah Teori Dramaturgi oleh Erving Goffman dimana ia menjelaskan bahwa kehidupan dapat dibagi menjadi dua wilayah yakni wilayah depan/front region dan wilayah belakang/back region. Front region merupakan wilayah dimana seseorang menampilkan penampilan formalnya, yang sering diibaratkan seperti layaknya seorang aktor yang sedang bermain peran dalam sebuah pertunjukan. Sedangkan Back Region merupakan wilayah dimana sisi asli dari seseorang itu terlihat layaknya aktor yang sedang berlatih, mempersiapkan diri dengan melakukan riasan sesuai perannya, maupun ketika ia usai memainkan perannya, dimana semuanya terjadi di belakang panggung.

Panggung depan ini dibagi lagi oleh Goffman menjadi dua bagian yaitu personal front/front pribadi dan setting front yang terdiri dari perlengkapan yang dibawa seorang aktor ke dalam setting seperti pakaian dan aksesoris yang sesuai dengan perannya, misalnya seorang Polisi yang memakai seragam dan juga topi untuk menunjukkan bahwa ia adalah Polisi yang sedang bertugas untuk menjaga keamanan masyarakat. Sedangkan personal front/front pribadi terdiri dari bahasa verbal dan non verbal atau

bahasa tubuh yang digunakan seperti nada bicara, intonasi, ekspresi yang ditunjukkan, postur tubuh, penampilan dan lain-lain.

Dalam teori Dramaturgi oleh Erving Goffman ini, presentasi diri dapat terjadi pada setiap individu dari belahan dunia manapun sebab setiap individu mempunyai alasan yang berbeda-beda ketika menampilkan dirinya. Ada sisi dimana seorang individu ingin terlihat sempurna di mata orang lain namun ada pula sisi lain yang mana bisa berlawanan arah dari kata sempurna tersebut. Individu yang ingin terlihat sempurna di mata orang lain ini melakukan sebuah persiapan terlebih dahulu layaknya aktor yang akan tampil di sebuah panggung pertunjukkan. Hal ini disebut sebagai pengelolaan kesan atau Impression Management (Mulyana, 2006).

Didalam Impression Management sendiri terdapat tiga motivasi individu ketika melakukan pengelolaan kesan yakni pertama untuk mendapat sebuah imbalan berupa materi maupun sosial, kedua untuk mempertahankan maupun meningkatkan harga diri yang dimiliki, dan yang ketiga untuk mempermudah proses pengembangan identitas diri seperti membangun maupun menguatkan identitas diri. Seorang individu melakukan pengelolaan kesan karena merasa kurang puas dengan identitas yang dipresentasikan saat ini atau biasa disebut self-discrepancy (Argyle 1994 dalam Mulyana 2006).

Foto maupun video yang diunggah didalam aplikasi instagram, menunjukkan bahwa pemilik sedang mempresentasikan dirinya di media sosial serta membangun identitas diri yang sebenarnya seperti apa. Hasil dari konstruksi tersebut nantinya juga selain untuk menunjukkan ke-eksistensian dirinya, juga sebagai sebuah pertunjukan front stage/depan panggung agar dapat menarik kesan para pengguna Instagram yang lain. Unggahan foto di instagram yang tidak hanya melibatkan dirinya namun juga hal-hal lain seperti background foto yang digunakan, objek yang ada di dalam foto, dan caption yang ditulis dalam unggahan fotonya merupakan sebuah upaya untuk mengelola kesan yang baik bagi dirinya dimata pengguna lain. Semua unggahan foto dan video yang ada di Instagram merupakan real time yang memungkinkan para pengguna Instagram untuk membagikan informasi (Saxena, 2014).

Dalam proses pengelolaan kesan, adanya teori interaksionisme simbolik juga terlihat jelas terutama ketika menjabarkan beberapa macam pengaruh yang dimunculkan berdasarkan penafsiran dari orang lain kepada identitas maupun citra diri individu yang

merupakan sebuah objek interpretasi. Teori ini digunakan untuk mempelajari perilaku dari individu bagaimana individu tersebut dalam memaknai arti dari hidup dan juga tempat dia berinteraksi untuk memelihara eksistensi diri.

Konsep Presence di dalam teori CMC Computer Mediated Communication menjelaskan bahwasanya dengan adanya media sosial, objek virtual yang ada di dalam media tersebut diperlakukan layaknya seperti objek nyata. Media digital memungkinkan para pengguna berpeluang untuk membentuk identitas, bersamaan dengan hiburan yang didapat dari penggunaan media sosial (Arnett dalam Pradeep 2016).

Identitas virtual merupakan proses terbentuknya identitas secara online atau virtual dan identitas yang dibentuk tersebut tidak harus sama maupun juga mendekati dengan identitas yang telah dimiliki dalam kehidupan nyata (Jordan dalam Patria 2017). Setiap pengguna dapat dengan bebas memanipulasi identitasnya di dunia virtual sesuai dengan identitas yang diinginkan ataupun diharapkan yang terdiri dari nama akun, foto profil, hingga postingan foto yang diupload di akun media sosial milik masing-masing pengguna media sosial.

Identitas virtual merupakan identitas diri kedua yang dimiliki oleh individu atau bisa disebut dengan second self. Second self ini muncul ketika seorang individu sedang berada di situs jejaring media sosial atau di dunia virtual. Interaksi antara individu dengan individu lain yang juga sedang berada di dunia virtual ini membentuk suatu ruang virtual yang memungkinkan para penggunanya untuk memiliki bermacam-macam pilihan ketika mereka sedang mencoba membangun identitasnya di ruang virtual tersebut. Hasil dari identitas yang dibangun inilah yang akhirnya mewakili setiap individu untuk memainkan perannya di ruang virtual sekaligus berinteraksi dengan individu lain di ruang virtual.

Terdapat tiga elemen dasar yang menjadi sebuah kekuatan individu ketika sedang berada di dunia virtual diantaranya adalah identity fluidity, renovated hierarchies, serta information as reality (Jordan dalam Nasrullah 2011). Identity fluidity merupakan sebuah proses pembentukan identitas yang dibentuk oleh individu di dunia virtual atau online, kemudian identitas yang dibentuk tersebut tidak harus selalu sama dengan identitas yang telah dimiliki individu tersebut di dalam kehidupan nyata atau offline identity. Renovated hierarchies merupakan sebuah proses dimana hirarki-hirarki yang

telah terjadi pada individu di dunia nyata atau offline hierarchies kemudian nantinya dibentuk kembali menjadi sebuah online hierarchies. Hasil dari identity fluidity dan renovated hierarchies ini nantinya akan menjadi informational space atau suatu informasi yang dapat menggambarkan kenyataan atau realita namun hanya berlaku pada dunia virtual.

Goffman mengemukakan konsep identitas yakni personal identity serta self identity. Personal identity sendiri merupakan pembingkai mengenai pengalaman orang lain mengenai individu seperti bagaimana individu tersebut diidentifikasi oleh orang lain. Personal identity ini sendiri lebih merujuk pada bermacam-macam karakteristik serta fakta yang ada pada pikiran individu tersebut oleh orang lain. Seperti contoh bagaimana foto individu tersebut bisa memunculkan gambaran tertentu pada pemikiran orang lain yang melihatnya. Lalu individu yang mempunyai pengetahuan mendapat tempat istimewa di lingkup pertemanannya karena individu tersebut dinilai oleh teman-teman di lingkup pertemanannya sebagai orang yang memiliki pengetahuan serta layak mendapatkan tempat istimewa (Goffman dalam Ardianti, 2017).

Sedangkan self identity atau biasa disebut sebagai ego identity merupakan perasaan individu yang bersifat subyektif dan karakter individu tersebut yang terpisah dari personal identity. Self identity berhubungan erat dengan pengalaman-pengalaman yang dialami oleh individu tersebut. Individu mengkonstruksikan sebuah gambaran mengenai dirinya sendiri seperti yang dikonstruksikan atau dibangun dan diidentifikasi oleh orang lain pada dirinya, meskipun individu tersebut memiliki kebebasan penuh dalam mengkonstruksi dan mengidentifikasi dirinya sendiri dalam kehidupan sehari-hari (Goffman dalam Ardianti, 2017).

Sebagai bagian dari konstruksi identitas, para pengguna memberi penekanan besar pada penciptaan kesan sesuai dengan apa yang diinginkan dengan melibatkan langsung diri dalam berbagai taktik presentasi diri untuk menampilkan diri mereka dengan cara yang menguntungkan (Goffman dalam Pradeep 2016).

2. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005), metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan di dalam sebuah penelitian untuk dapat menggambarkan atau menganalisis suatu hasil

penelitian tetapi tidak dapat digunakan dalam membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut Whitney, metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan dalam mencari fakta dengan interpretasi yang tepat. Landasan teoritis dari penelitian kualitatif ini adalah teori dramaturgi oleh Erving Goffman.

Teknik sampling yang dipilih dalam mengumpulkan narasumber adalah teknik sampling purposive. Sample purposive adalah teknik sampling untuk menentukan sampel penelitian dengan berbagai kriteria yang ditentukan oleh peneliti sendiri agar data yang diperoleh bisa lebih merepresentasikan tujuan penelitian itu dilakukan (Sugiyono, 2010). Apabila menggunakan teknik sampling lainnya seperti teknik random sampling dan teknik snowball misalnya, maka penelitian ini nantinya tidak akan menghasilkan penelitian yang spesifik dan deskripsi konstruksi identitas juga akan menjadi lebih luas. Sampel yang diambil adalah sebanyak 4 narasumber.

Kriteria yang ditentukan sebagai kategori narasumber penelitian disini ialah Mahasiswi perempuan aktif di jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang juga aktif menggunakan aplikasi instagram. Hal ini dapat dilihat dari seberapa sering pengguna memposting foto, video, maupun instastory di aplikasi Instagram. Pada remaja, identitas merupakan hal-hal yang dapat menjelaskan dirinya siapa serta perannya di dalam kelompok masyarakat. Sehingga banyak remaja yang akhirnya mulai ragu pada ke-eksistensian dirinya dan dimulailah proses yang dinamakan masa pencarian jati diri pada remaja (Purwandi, 2004).

Pencapaian identitas diri merupakan salah satu tugas yang penting dan mendasar dalam kehidupan remaja (Purwandi, 2004). Menurut Konopka (dalam Yusuf 2006), fase remaja meliputi tiga fase yakni fase remaja awal pada rentang umur 12-15 tahun, remaja tengah pada rentang umur 15-18 tahun, dan remaja akhir pada rentang umur 18-22 tahun. Peneliti memilih subjek penelitian mahasiswi angkatan 2015 yang rentang umurnya 18-22 tahun yang menjajaki masa remaja akhir karena ingin mengetahui pada fase ini apakah mereka telah menemukan identitas dirinya. Sehingga alasan peneliti memilih narasumber mahasiswi angkatan 2015 ialah karena tergolong pada fase remaja akhir.

Pemilihan jurusan Ilmu Komunikasi dikarenakan mahasiswi Ilmu Komunikasi berada pada tahap intimacy & isolation pada Periode Perkembangan Manusia dimana apabila individu berperilaku positif pada dirinya sendiri maupun sekitar, maka individu

tersebut akan intim kepada orang lain namun apabila negatif maka individu tersebut akan menarik diri atau isolasi dirinya dari lingkungan sekitar (Erick Erickson dalam Mala 2016). Selain itu mahasiswi dengan jurusan Ilmu Komunikasi lebih komunikatif dibanding mahasiswa dengan jurusan lain karena mendalami ilmu mengenai komunikasi pada media baru.

Peneliti memilih narasumber mahasiswi dari Universitas Muhammadiyah Surakarta dikarenakan dari total 167 teman yang dimiliki peneliti di akun Instagram, 49 pengguna merupakan mahasiswi Universitas Muhammadiyah yang sering ditemui sehari-hari sehingga lebih valid dalam meneliti backstage dari masing-masing narasumber dibanding mahasiswi dari Universitas lain yang jarang ditemui. Adapun alasan peneliti hanya melakukan penelitian pada mahasiswi saja karena pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh perempuan (sumber statistik : NapoleonCat 2019).

Adapun teknik pengumpulan data triangulasi digunakan dalam penelitian ini, yakni teknik studi dokumentasi, pengamatan atau observasi online, dan wawancara mendalam (Patton, 1980 dalam Sugiyono). Data yang diperoleh kemudian diolah melalui tahap editing dan tabulasi.

Penelitian ini menggunakan teknik validasi data triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data-data yang telah diperoleh terlebih dahulu oleh peneliti. Data-data yang diperoleh dari narasumber kemudian dideskripsikan setelah itu dikategorisasikan menurut sisi pandang dari masing-masing narasumber selanjutnya dapat dipilih yang paling spesifik serta terakhir ditentukan kesimpulan berdasarkan dari data yang spesifik tersebut (Sugiyono 2010).

Teknik analisa data yang digunakan di dalam penelitian ini merupakan tiga tahap analisa data dari Miles dan Huberman yakni reduksi data, penyajian/display data, dan terakhir pengambilan kesimpulan serta verifikasi. Dalam tahap reduksi data, dilakukan pemilihan serta pemfokusan data agar data yang dipeoleh bersifat sederhana, abstraksi, dan dapat dilakukan transformasi data kasar yang didapatkan sebelumnya. Tahap penyajian data dilakukan dengan cara mengembangkan deskripsi dari informasi yang disusun agar dapat ditarik kesimpulan. Penyajian data dalam tahap ini ialah data dalam bentuk teks naratif. Kemudian tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan

dengan cara menarik kesimpulan serta verifikasi data dengan cara mencari makna dari setiap informasi yang diperoleh, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin saja ada, alur kausalitas dari data serta proposisi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Informan terdiri dari 4 orang mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta yang aktif menggunakan aplikasi Instagram yaitu Ikha Fitriana, Lia Chusnul Khotimah, Julia Citra Cendana, dan Silviana Putri Pratama.

Tabel 1. Nama Lengkap, Akun Instagram dan Usia Informan

Narasumber	Nama	Akun Instagram	Usia
1	Ikha Fitriana	@ikha.fitriana	22 tahun
2	Lia Chusnul Khotimah	@liachusnul	22 tahun
3	Julia Citra Cendana	@juliaacendana	21 tahun
4	Silviana Putri Pratama	@slvianapp	22 tahun

3.1.1 Front Stage

Dalam panggung depan ini terlihat dari awal pembentukan akun instagram mereka yang berkontribusi dalam membangun identitas secara virtual melalui nama akun, foto profil yang dipilih untuk mempresentasikan diri mereka secara online yang mana merupakan bagian dari personal front/front pribadi didalam kategori yang dibagi oleh Goffman sebagai Front Stage. Profil pribadi yang dimiliki secara online memberikan akses bagi para penggunanya untuk berkesempatan mengeksplorasi dan bereksperimen dengan identitas yang mereka miliki dalam privasi relatif (Stern dalam Pradeep 2016).

Adapun observasi foto-foto yang diunggah secara satu-persatu beserta caption yang ditulis dalam masing-masing fotonya. Lalu wawancara dilakukan untuk mengkonfirmasi apa yang didapat dari hasil observasi online untuk mengetahui identitas seperti apa yang sebenarnya ingin dan sedang dibangun oleh informan dalam instagram dan apakah sudah sesuai dengan realitanya. Sebagai bagian dari konstruksi identitas, para pengguna bebas untuk memberi penekanan besar atau manipulasi tertentu ketika menciptakan kesan yang diinginkan sehingga melibatkan diri dalam berbagai taktik

presentasi diri untuk menampilkan dirinya dengan cara yang menguntungkan (Goffman dalam Pradeep 2016).

a. Personal Front/Front Pribadi

Personal front/front pribadi terdiri dari bahasa verbal dan non verbal atau bahasa tubuh yang digunakan seperti nada bicara, intonasi, ekspresi yang ditunjukkan, postur tubuh, penampilan dan lain-lain. Sehingga Instagram yang menjadi sebuah panggung pertunjukan disini, Profile Picture, Postingan foto/video, dan Caption merupakan bagian dari personal front. Personal front ini terbagi lagi menjadi dua yakni Appearance dan Manner (Mulyana, 2004).

Kedua prinsip Appearance dan Manner merupakan hal yang penting bagi setiap individu yang terus menerus merekonstruksikan berbagai identitas yang mereka inginkan (Van Dijck dalam Kasperuniene 2019). Teks media sosial sebagai personal branding dalam berbagi dan memperlihatkan identitas diri secara online dalam media sosial, ekspresi diri serta narasi yang dibentuk oleh seorang individu diintegrasikan dalam satu strategi antarmuka di media sosial.

Dari hasil observasi online yang telah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 2 Agustus 2019 terhadap akun instagram milik masing-masing subjek penelitian, dapat dilihat bahwa bagian Appearance dimulai dari pemilihan nama yang digunakan untuk akun Instagram oleh seluruh informan yang merupakan nama asli mereka, dan sesuai dengan realitanya. Setelah proses wawancara, didapatkan alasan mengenai penggunaan nama asli oleh para informan.

“Nama akun saya, ikha titik fitriana, alasannya supaya temen-temen tuh tau kalau itu akun saya” (Ikha).

“Nama yang aku gunakan dalam akun instagram adalah nama asliku. Alasannya pakai asli biar temen-temenku di virtual maupun temen-temen sosial mediaku yang sekarang tau kalau itu saya” (Lia).

“Nama yang saya gunakan adalah nama dari nama asli saya. Kenapa saya memilih nama itu, karena ya nama saya, ya menyesuaikan nama saya yang asli aja” (Julia).

“Nama dan foto yang saya gunakan yaitu slvianapp, alasan saya menggunakan username atau nama instagram tersebut karena itu nama saya sendiri dan saya persingkat karena nama saya itu silviana putri pratama jadi saya singkat lebih biar enak aja diliat gitu” (Silviana).

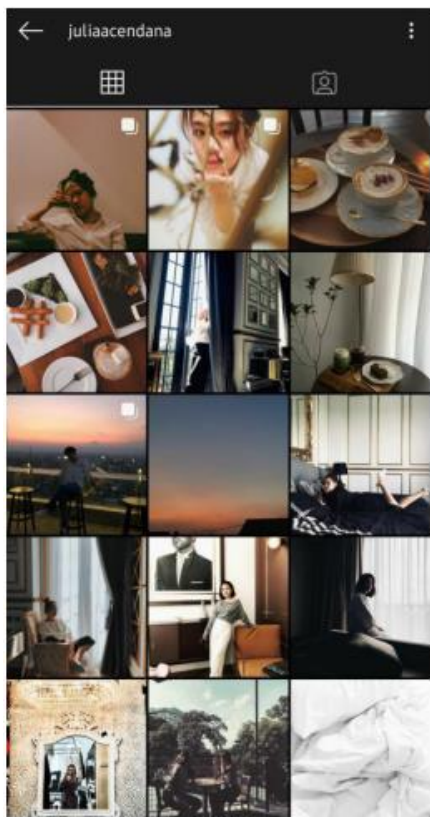
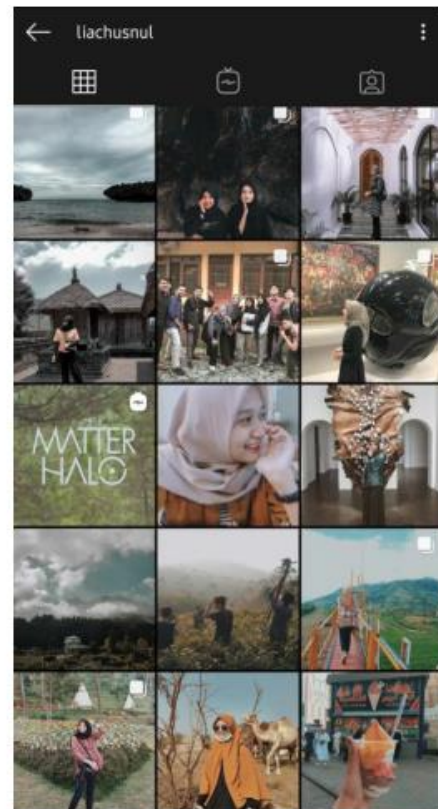
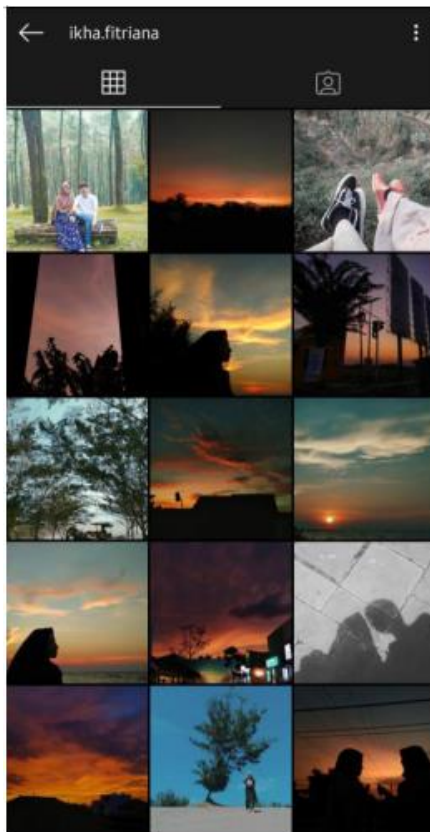
Lalu, dalam bagian Appearance ini juga meliputi pemilihan foto profil yang digunakan untuk akun instagram masing-masing informan yang mana para informan menggunakan foto selfie diri sendiri dan satu diantaranya menggunakan foto bersama pacar.

“kalau foto profil itu foto saya sama pacar, mbak karena saya suka foto itu” (Ikha).

“foto profil yang aku gunakan adalah foto profil asli muka aku” (Lia).

“Foto yang saya pilih adalah foto saya sendiri. Kenapa alasannya ya karena itu identitas saya sendiri, itu instagram saya jadi eem, kenapa saya memilih foto saya sendiri karena instagram saya adalah identitas dari saya, makanya nama saya ya menggunakan foto saya juga, gitu” (Julia).

“Foto yang digunakan foto selfie saya, alasan menggunakan foto tersebut karena mood ae sih kayak pengen aja kayak bawaan diri ooh pengennya pengen foto iki , moodnya pengen foto itu” (Silviana).



Gambar 1. Feeds Instagram milik keempat narasumber, diurutkan dari kiri kekanan (Ikha, Lia, Julia, Silviana)

Seperti pada Gambar 1. yang menunjukkan feeds Instagram milik masing-masing narasumber, dapat dilihat bahwa foto-foto yang diposting dalam akun Instagram para narasumber berisi foto selfie, foto diri sendiri, foto tempat yang lucu-lucu dan disukai sekiranya menggambarkan hal-hal yang mereka sukai. Seperti pada akun Ikha, kebanyakan foto yang diupload adalah foto-foto senja dan alam, pada akun Lia kebanyakan foto yang diupload adalah foto-foto travelling, pada akun Julia yang mementingkan aesthetic dalam foto-foto yang ia upload, dan pada akun Silviana yang mengikuti trend.

“biasanya saya tu kalok upload foto itu isinya kayak senja, eem pemandangan kayak gitu sih lebih ke alam-alam karena alasannya ya karna saya lebih suka apa ya, eem suka, suka senja dan lebih seger aja kalo misalnya ngupload awan, eh ngupload apa, emmm, ngupload pemandangan-pemandangan seperti kayak di bukit, kayak gitu-gitu keliatan lebih segar, kayak gitu sih karena aku suka jadi aku nguploadnya yang semacam seperti itu” (Ikha).

“Foto-foto lebih kalau sedang berlibur atau ada foto-foto yang lucu aku suka ngepost karena seneng ada foto-foto yang menyenangkan” (Lia).

“Foto ootd, foto view apa sih, view tempat gitu yang lucu-lucu yang aesthetic, ya terus yang menarik bagi aku. Kalau fotonya nggak bagus menurut aku nggak aku upload sih. Yang menarik buat aku sendiri, yang kayak apasih namanya achievement buat diri sendiri gituloh” (Julia).

“Foto-foto selfie, foto-foto sama temen-temen, sama pacar, sama keluarga, random lah. Tapi aku sih ngikutin trend-nya sekarang apa gitu” (Silviana).

Sedangkan pada bagian Manner, penggunaan caption sendiri dalam setiap postingan di akun narasumber, keempat narasumber tidak terlalu memikirkan karena dengan hanya mengupload foto saja dirasa sudah dapat menyampaikan pesan mereka. Caption terkadang difikirkan jika mereka merasa memerlukan pesan

tertulis untuk menyampaikan rasa dalam foto tersebut. Dari semua narasumber hanya Lia yang masih mementingkan penggunaan caption yang selaras dengan foto yang ia upload seperti terlihat pada Gambar 2.

“nggak terlalu sih kalau caption, menurutku foto aja itu udah bisa nyampein sesuatu ke yang melihat gitu” (Ikha).



Gambar 2. Caption yang digunakan pada salah satu foto yang diupload oleh Lia

“Kadang memakai caption, kadang captionnya juga ambil google, ambil akun lain, tapi tetep di kasih nama mereka kok. Kalau aku sih kadang lebih mikirin caption, kadang lo yaa nggak selalu gitu, kadang kalau males juga sekluarnya yang ada dikepala aja mbak” (Lia).

“Nggak terlalu mikirin caption, males bikin caption. Kadang kalau mau ini menyampaikan sesuatu yang simple aja. Nggak penting caption, nggak mungkin lah dipikir” (Julia).

“gak terlalu sih kalau aku, kalau pakai caption ya biasanya yang sesuai, misal ya kalau nemune itu tek langsung tulis nggak harus mikir lama-lama buat bikin caption atau pie yang ada dipikiran aja” (Silviana).

Terlepas dari posisi pekerjaan maupun status profesional, seseorang dapat dengan bebas mengidentifikasi, mengungkapkan minat, membangun dan berbagi diri secara profesional di media sosial dan situs jejaring yang banyak digunakan untuk mempublikasikan teks pribadi misalnya seperti Instagram (Arapanos, Teixeira, dan Gouveia dalam Kasperuniene 2019). Individu menampilkan diri mereka masing-masing ketika berada di dunia virtual serta menentukan seperti apa cara mereka untuk ditampilkan pada akun media sosial yang mereka miliki. Hal ini selain dapat membantu untuk berinteraksi dengan pengguna lain di media sosial, juga dapat membantu mereka dalam membangun identitas virtual di media sosial.

Sebagai bagian dari konstruksi identitas, para pengguna memberi penekanan besar pada penciptaan kesan sesuai dengan apa yang diinginkan dengan melibatkan langsung diri dalam berbagai taktik presentasi diri untuk menampilkan diri mereka dengan cara yang menguntungkan (Goffman dalam Pradeep 2016). Masing-masing individu cenderung selalu mencerminkan berbagai pengalaman hidup ketika mereka memikirkan seperti apa diri mereka. Hal ini memungkinkan individu untuk juga mencerminkan berbagai atribut mengenai posisi mereka pada konteks profesional yang berbeda yang membuat mereka untuk memainkan berbagai karakter tertentu di media sosial.

b. Setting Front

Setting front terdiri dari perlengkapan yang dibawa seorang aktor ke dalam setting seperti pakaian dan aksesoris yang sesuai dengan perannya (Mulyana, 2004). Dari hasil observasi yang dilakukan dapat dilihat bahwa semua narasumber mengedit fotonya terlebih dahulu sebelum akhirnya diupload kedalam akun mereka masing-masing. Seperti dalam penelitian milik Ditchfield (2019), bahwa setiap narasumbernya memiliki kegiatan pra-post yakni dimana kegiatan ini meliputi proses editing foto dan juga pemilihan kata-kata sebagai sebuah tindakan memperbaiki pesan sehingga sesuai dengan apa yang diinginkan. Masing-masing dari mereka mengaku menggunakan filter didalam postingannya.

“Emm biasanya tuh sebelum emm saya mengedit, eh sebelum saya upload foto tersebut tuh saya edit dulu tapi nggak terlalu over editannya jadi biar kelihatan terlihat lebih aesthetic sih menurutku” (Ikha).

“Sebelum di post biasanya aku, emm... ngedit dulu, menyesuaikan angle, sama warna feeds gitu” (Lia).

“Kalo aku sih jelas, jelas aku edit karena nyesuaiin feeds. Aku kan kayak orangnya lebih suka ngeliat foto tu yang rapi gitulo yang misal satu tema, jadi kayak misal eem tema aku eem gelap gitukan ya, yaa saturation di fotonya tu kayak ya digelapin gitu lo jadi kayak lebih yang kayak gitu sih” (Julia).

“Sebelum diposting di instagram eem, hal yang aku lakukan yaitu pertama pasti filter karena filter itu sangat membantu didalam foto” (Silviana)

Suntingan pre-post dilakukan sebagai sebuah hal untuk mengkontruksi sebuah pesan agar sesuai dengan yang diinginkan (Meredith dan Strokoe, 2014 dalam Ditchfield 2019).



Gambar 3. Salah satu foto Ikha di Instagram yang sedang memegang kamera

Background yang digunakan dalam postingan tiap narasumber juga berbeda-beda untuk menunjukkan sosok dari diri mereka masing-masing yang berbeda dengan orang lain. Background atau latar belakang yang digunakan oleh Ikha lebih ke tema alam dan di salah satu postingannya menunjukkan kegiatan favoritnya yakni memotret seperti terlihat pada Gambar 3, Lia lebih ke tempat-tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh para traveller, Julia lebih ke

tempat-tempat instagramable seperti cafe-cafe, sedangkan Silviana lebih ke kesehariannya saja yang kebetulan ia kunjungi dan tidak terlalu mementingkan tempat untuk berfoto seperti yang terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Salah satu foto yang diupload oleh Silviana di Instagram

Pada tahap setting front ini para informan memastikan bahwa foto yang diupload benar-benar menunjukkan diri mereka seperti apa agar nantinya bisa dilihat oleh pengguna lain. Dengan mengupload foto yang sesuai dengan selera merupakan sebuah kepuasan tersendiri bagi mereka ketika kembali melihat feeds dalam akun instagram milik masing-masing dari mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Patria 2017, para informannya yang kebanyakan menggunakan strategi ingratiation, yakni strategi yang digunakan untuk dapat mendapatkan sebuah kesan yang baik sehingga teman-teman dan juga pengguna media sosial path yang lain mengakui eksistensi pada diri masing-masing narasumber dan dapat diterima juga di lingkungan sekitar.

3.1.2 Back Region/Backstage

Back Region merupakan wilayah dimana sisi asli dari seseorang itu terlihat layaknya aktor yang sedang berlatih, mempersiapkan diri dengan melakukan riasan sesuai perannya, maupun ketika ia usai memainkan perannya, dimana semuanya terjadi di belakang panggung (Ritzer, 2004). Di belakang panggung, narasumber mempunyai

memiliki kegiatannya sendiri yang berbeda-beda satu sama lain selain sebagai sesama mahasiswa di universitas muhammadiyah surakarta.

“aku tuh emang suka foto-foto gitu dari sma, makanya kuliahnya aku juga ambil jurusan ini soalnya ada pelajarannya tentang fotografi. Karena hobi foto, trus aku juga suka foto temen-temenku, dari usaha kecil-kecilan bikin foto yang dihias di figura buat hadiah ulang tahun, trus buat hadiah wisuda, trus sekarang alhamdulillah udah mulai bikin studio kecil-kecilan juga dirumah” (Ikha).

“kuliah, trus, apa ya, bantu ibu dirumah... kalau pergi jalan-jalan trus foto gitu aku suka sih soalnya kayak nyimpen moment tersendiri gitu, trus aku dilihat seperti orang yang bahagia, menyenangkan dan ya gitu” (Lia).

“banyak kerjaan, banyak aktivitas, yang emang produktif, yang emang tu dipandang orang tu jadi enak gitu, oh ini cewek nih bisa ngapa-ngapain, bisa melakukan suatu pekerjaan yang emang di usia seperti, usia muda tu bisa ngapa-ngapain gitu lho. Kayak gue pengen menunjukkan hal itu tapi ya sejauh ini belum sebanyak itu, tapi sejauh ini cita-cita aku kayak punya event ini ini ini itu udah terkabulkan dan sekarang beralih profesi jadi kayak emm semacam politikus tapi yang newbies-newbies gitu. Ya baru menjajaki dunia politik” (Julia).

“aku lumayan ngikutin tren sih, seperti ootd magazine, itu akun instagram fashion dari luar negeri. Style nya lebih ke amerika, kalau korea hampir nggak pernah. Misal kalok ada dia ngepost foto atau video tentang fashion terus kayak aku ada inspirasi atau ngikutin atau beli baju yang hampir mirip kayak yang di post di akun tersebut dalam versi berhijab. Aku pengen kayak jadi selebgram yang punya followers banyak, terus bisa endorse sana sini seperti itu” (Silviana).

3.2 Pembahasan

3.2.1 Front Stage

a. Personal Front

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para informan masing-masing menggunakan nama asli untuk membuat nama akun Instagram mereka. Foto yang dipakai untuk digunakan sebagai profil picture akun Instagram merupakan foto selfie dan juga foto bersama pacar. Hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian milik Patria (2017) pada pemilihan foto profil salah satu informannya yang menggunakan foto quotes supaya dipandang oleh pengguna lain bahwa informan adalah seorang yang memiliki atau mendukung sebuah pemahaman atau pemikiran tertentu.

Foto yang diupload oleh para informan diantaranya, Ikha cenderung mengupload foto-foto bertema alam/nature seperti hasil jepretan sendiri berupa senja, awan, pemandangan, bukit, dan sebuah foto dirinya yang sedang memegang sebuah kamera menunjukkan hobinya yang suka memotret. Lia mengungkapkan bahwa foto-foto yang ia upload adalah foto yang menyimpan momen atau kenangan tertentu yang kebanyakan merupakan foto-foto saat ia sedang berlibur baik fotonya sendiri di tempat rekreasi, maupun fotonya bersama teman di tempat rekreasi tersebut. Julia mengupload foto-foto ootd/outfit of the day, view yang lucu dan aesthetic sebagai achievement tersendiri karena merupakan hasil dari jerih payahnya bekerja. Silviana mengupload foto-foto selfie, foto bersama teman, pacar, maupun keluarga namun tetap mengikuti trend seperti gaya berfoto maupun tempat berfoto di cafe-cafe yang sedang trend.

Hal ini juga sedikit berbeda dengan temuan milik Patria (2017) dimana foto yang diunggah oleh para informan diantara lain foto diri atau selfie, foto kebersamaan, foto makanan dan minuman, foto yang sedang melakukan suatu pekerjaan, foto bersama public figure, dan foto quote.

Dalam penggunaan caption sendiri, para informan tidak terlalu memikirkan tulisan seperti apa yang ingin dicantumkan di setiap postingan foto-fotonya karena dirasa setiap foto sudah cukup mewakili pesan yang ingin disampaikan kecuali Lia yang terkadang masih memikirkan caption yang pas untuk digunakan ketika ia akan mengupload sebuah foto kedalam akunnya. Hal ini

berbeda dengan hasil penelitian milik Patria (2017) dimana para informannya masih memikirkan dan memilih caption yang isinya kebanyakan mewakili dari foto yang diupload.

b.Setting Front

Hasil penelitian ini menemukan bahwa setiap informan melakukan editing terlebih dahulu pada foto yang akan diupload di Instagram. Ikha mengedit foto yang akan diupload agar terlihat lebih indah dan aesthetic. Lia mengedit foto yang akan diupload untuk menyesuaikan angle dan juga feeds Instagram pada akun Instagram yang dimilikinya. Julia mengedit foto seperti saturation, filter, agar memiliki tema yang sama dengan foto-foto yang sudah ia upload sebelumnya pada akun Instagram miliknya agar terlihat rapi dan aesthetic. Silviana juga mengedit foto terlebih dahulu sebelum diupload ke akun Instagram miliknya.

3.2.2 Backstage

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa latar belakang tempat yang terlihat dari foto yang diposting pada akun Instagram masing-masing informan berbeda-beda. Ikha memiliki foto dengan latar belakang tempat yang lebih sering pada alam seperti foto awan, senja, bukit, dan juga pemandangan. Lia memiliki foto dengan latar belakang tempat-tempat wisata. Julia memiliki foto dengan latar belakang tempat yang Instagram-able seperti cafe, restoran, serta tempat-tempat yang kelihatan mewah. Sedangkan Silviana memiliki foto yang rata-rata merupakan tempat kesehariannya seperti rumah, kampus, mall, rumah makan, dan juga cafe. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian milik Krisnadi (2017) dimana para informannya menggunakan latar belakang tempat yang sedang populer seperti restoran-restoran yang mahal atau mewah, tempat-tempat umum seperti mall, bandara dan stasiun dengan alasan sebagai ajang untuk menunjukkan status sosial dengan memposting foto-foto di tempat yang mempresentasikan sebuah gaya hidup mewah.

Dari keempat mahasiswi dapat dilihat bahwa masing-masing mahasiswi memiliki tujuan untuk menunjukkan eksistensi diri dan juga membangun identitas yang mereka inginkan seperti apa. Ikha memposting hasil jepretannya yang berupa senja dan juga salah satu postingannya menunjukkan kegiatan favoritnya yaitu memotret, di belakang layar sendiri tampak tak jauh berbeda dari layar depannya karena ia adalah seorang

fotografer. Julia memposting foto-fotonya di tempat yang memiliki standar lebih tinggi daripada mahasiswa pada umumnya seperti pada Gambar 5 yang menunjukkan bahwa ia pernah berlibur ke negara Korea. Ia ingin membangun identitas bahwa dirinya adalah seorang yang produktif dan memiliki banyak kerjaan serta aktivitas di usia mudanya, tak jauh dari belakang layar yang mana pekerjaannya sebagai manajemen event, dan juga baru-baru ini sedang menjajaki dunia politik.



Gambar 5. Foto Julia dengan menggunakan fitur lokasi bertuliskan Gyeongju serta caption yang menjelaskan keberadaannya di Korea

Lia membangun identitasnya sebagai seorang mahasiswa yang aktif dan ceria yang menyukai kegiatan travelling seperti terlihat pada Gambar 6 yang menunjukkan hobinya yang suka travelling karena menurutnya merupakan kegiatan yang menyenangkan dan bisa mengenal banyak tempat dan memungkinkan untuk menambah teman baru juga, tak jauh dari belakang layar karena sampai saat ini ia masih suka untuk mengunjungi banyak tempat-tempat baru.



Gambar 6. Foto Lia ketika sedang travelling di salah satu tempat rekreasi

Salah satu narasumber memiliki perbedaan, yakni Silviana dimana ia berkeinginan untuk menjadi seorang selebgram namun saat ini menurutnya belum tercapai.

“dasarnya aku emang suka upload foto-foto jepretanku yang kebetulan senja-senja atau ke alam-alam gitu sih. Kalau sekarang ya bisa dibilang udah sesuai lah sama keinginanaku karena alhamdulillah udah punya studio foto dirumah walaupun masih kecil-kecilan” (Ikha).

“emm.. gatau ya, tapi kalau menurutku sih aku upload foto-foto yang ada momentnya gitu dan kebanyakan emang sama temen-temen saat berlibur ke tempat-tempat yang seru gitu atau nggak fotoku sendiri di tempat yang ada momentnya” (Lia)

“Kalau dari per event-an sih udah sesuai ya karena cita-cita aku udah terkabul gitu, udah punya event sendiri. Jadi identitasnya pengen jadi orang yang produktif dan punya cita-cita yang cita-citanya terkabul” (Julia)

“Belum sama dengan realitanya karena followers saya masih dikit” (Silviana)

Setiap narasumber di belakang panggung yaitu di kampus sebagai mahasiswa yang sedang fokus mengerjakan skripsi, di rumah sebagai anak yang aktif mengasah kemampuan sesuai dengan yang ia impikan seperti Ikha menjadi seorang fotografer, Julia menjadi seorang yang produktif di usia muda, Lia dan Silviana fokus mengerjakan skripsi dan juga membantu kegiatan orang tuanya di rumah. Tiga dari empat narasumber yang diteliti disini, tiga diantaranya memiliki belakang panggung yang kurang lebih sama dengan panggung depan yakni di Instagram, dimana mereka menampilkan apa yang mereka inginkan dan sesuai dengan kenyataannya. Dan satu diantara mereka memiliki sedikit perbedaan yaitu keinginannya menjadi seorang selebgram yang belum terwujud karena menurutnya followernya masih sedikit dan belum bisa dikategorikan sebagai seorang selebgram.

4. PENUTUP

Dari penelitian ini, tentang konstruksi identitas diri melalui Instagram oleh Mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta didapatkan kesimpulan bahwa identitas virtual yang dibangun didalam media sosial Instagram sesuai dengan yang diimpikan seperti Ikha menjadi seorang fotografer, Julia sebagai seorang yang produktif di usia muda dan sedang merintis karir di bidang politik, dan Lia sebagai seorang traveller. Tiga dari empat narasumber yang diteliti disini, memiliki belakang panggung yang kurang lebih sama dengan panggung depan yakni di Instagram, dimana mereka menampilkan impian mereka yang sesuai dengan kenyataannya. Dan satu diantaranya memiliki sedikit perbedaan yaitu impiannya menjadi seorang selebgram yang belum terwujud atau tidak sesuai kenyataan.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Krisnadi Yudha Patria berjudul Manajemen Kesan dalam Media Sosial yang menjelaskan bahwa para informan masing-masing mempresentasikan dirinya di media sosial Path sesuai dengan yang diimpikan seperti seorang yang memiliki relasi baik, orang yang berstatus sosial tinggi, dan orang yang menganut pandangan tertentu.

Penelitian ini memiliki batasan hanya meneliti konstruksi identitas diri secara virtual di media sosial Instagram yang dimiliki oleh masing-masing narasumber, maka peneliti menyarankan untuk penelitian yang selanjutnya untuk meneliti pada media

sosial lain yang juga sedang ramai dipakai agar dapat menghasilkan sesuatu yang baru tentang konstruksi identitas diri secara virtual di dalam sebuah media sosial

PERSANTUNAN

Puji syukur alhamdulillah pada akhirnya saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Saya mengucapkan terima kasih kepada pembimbing saya yaitu Bapak Budi Santoso, M.Si yang telah dengan sabar membimbing serta membantu saya selama ini dalam menulis karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata I pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya Bapak Mulyono dan Ibu Harwiji yang telah membesarkan dan mendidik saya selama ini dengan sabar serta kepada kakakku Hetti Setyorini yang juga banyak membantu saya belajar sehingga saya bisa berada di titik ini.

Terima kasih juga kepada teman-teman saya yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian saya ini Ikha Fitriana yang sudah lebih duluan lulus pada bulan Maret tahun ini, Lia Chusnul Khotimah, Julia Citra Cendana, dan juga Silviana Putri Pratama yang telah bersedia saya repotin dan minta waktunya selama ini dalam wawancara penelitian, juga saya stalking akun Instagramnya dalam rangka observasi penelitian sehingga saya dapat mengerjakan penelitian ini sampai selesai. Terima kasih kepada sahabat saya Ahmad Faisal, Valencia Frida Varendy, dan Tria Musdalifah serta semua pihak yang telah membantu saya dalam menyusun penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianti, Anis. 2017. Stigma Pada Masyarakat “Kampung Gila” di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo. Jurnal Sosiologi Fisip Universitas Airlangga

Barnard, Malcolm. 2011. Fashion Sebagai Komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra

Ditchfield, hannah. 2019. Behind The Scenes of Facebook : Identity Construction in The Training Phase of Online Interaction. Journal of New Media and Society. doi:10.1177/1461444819873644

Gibson, C.B., Dunlop, P.D., & Raghav, S. 2020. Navigating identities in global: work antecedents and consequences of intrapersonal identity conflict. *Journal of Human Relations*. doi:10.1177/0018726719895314

Instagram . 2018. "About Us", <https://www.instagram.com>, diakses pada 14 Desember 2018 pukul 19:11

Kasperuniene, Judita., Zydziunaite, Vilma. 2019. A Systematic Literature Review on Professional Identity Construction in Social Media. doi:10.1177/2158244019828847

Mala, Puspa Aqirul. 2016. Manajemen Kesan Melalui Foto Selfie dalam Facebook: Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*. Volume 8, No. 1

Morissan, M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Mulyana, D. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Rosdakarya

Mulyana, D. 2002. *Metodologi penelitian kualitatif, paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Mulyana, D. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Pengguna Instagram. 2019. www.tekno. Kompas.com, diakses pada 27 September 2020 pukul 14:35

Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Posrealitas Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra

Praadep, Pooja., Sriram, Sujata. 2016. The Virtual World of Social Networking Sites: Adolescent's Use and Experiences. *Journal of Psychology and Developing Societies*. doi:10.1177/0971333615622911

PU . 2011. "Revamped Instagram 2.0 Hits the App Store", <https://appotography.com>, diakses pada 14 Desember 2018 pukul 19:05

Rice, V,JB., Boykin, G,L. 2018. Customizing Avatars and the Impact on One's In-Person Life and Communications. *Journal of Human Factors and Ergonomics Society*. doi:10.1177/1541931218621337

Ritzer. 2004. Teori Sosiologi Modern. Jakarta: Gramedia

Saker, Michael. 2016. Foursquare and identity: Checking-in and presenting the self through location. Journal of New Media and Society. doi:10.1177/1461444815625936

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Bandung : Alfabeta

Systrom , Kevin. 2011. “What is the genesis of intagram”, <https://www.quora.com>, diakses pada 14 Desember 2018 pukul 19:13